



Sustento del uso justo
de Materiales Protegidos
derechos de autor para
fines educativos



UCI

Universidad para la
Cooperación Internacional

UCI
Sustento del uso justo de materiales protegidos por
derechos de autor para fines educativos

El siguiente material ha sido reproducido, con fines estrictamente didácticos e ilustrativos de los temas en cuestión, se utilizan en el campus virtual de la Universidad para la Cooperación Internacional – UCI – para ser usados exclusivamente para la función docente y el estudio privado de los estudiantes pertenecientes a los programas académicos.

La UCI desea dejar constancia de su estricto respeto a las legislaciones relacionadas con la propiedad intelectual. Todo material digital disponible para un curso y sus estudiantes tiene fines educativos y de investigación. No media en el uso de estos materiales fines de lucro, se entiende como casos especiales para fines educativos a distancia y en lugares donde no atenta contra la normal explotación de la obra y no afecta los intereses legítimos de ningún actor.

La UCI hace un USO JUSTO del material, sustentado en las excepciones a las leyes de derechos de autor establecidas en las siguientes normativas:

a- Legislación costarricense: Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos, No.6683 de 14 de octubre de 1982 - artículo 73, la Ley sobre Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, No. 8039 – artículo 58, permiten el copiado parcial de obras para la ilustración educativa.

b- Legislación Mexicana; Ley Federal de Derechos de Autor; artículo 147.

c- Legislación de Estados Unidos de América: En referencia al uso justo, menciona: "está consagrado en el artículo 106 de la ley de derecho de autor de los Estados Unidos (U.S, Copyright - Act) y establece un uso libre y gratuito de las obras para fines de crítica, comentarios y noticias, reportajes y docencia (lo que incluye la realización de copias para su uso en clase)."

d- Legislación Canadiense: Ley de derechos de autor C-11– Referidos a Excepciones para Educación a Distancia.

e- OMPI: En el marco de la legislación internacional, según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual lo previsto por los tratados internacionales sobre esta materia. El artículo 10(2) del Convenio de Berna, permite a los países miembros establecer limitaciones o excepciones respecto a la posibilidad de utilizar lícitamente las obras literarias o artísticas a título de ilustración de la enseñanza, por medio de publicaciones, emisiones de radio o grabaciones sonoras o visuales.

Además y por indicación de la UCI, los estudiantes del campus virtual tienen el deber de cumplir con lo que establezca la legislación correspondiente en materia de derechos de autor, en su país de residencia.

Finalmente, reiteramos que en UCI no lucramos con las obras de terceros, somos estrictos con respecto al plagio, y no restringimos de ninguna manera el que nuestros estudiantes, académicos e investigadores accedan comercialmente o adquieran los documentos disponibles en el mercado editorial, sea directamente los documentos, o por medio de bases de datos científicas, pagando ellos mismos los costos asociados a dichos accesos.

MANUAL DE HOSPITALIDAD

Agencia de Viajes Operadores Turísticos



SERNATUR
Ministerio de
Economía, Fomento y
Turismo

Gobierno de Chile

CHILE LO
HACEMOS
TODOS

MANUAL DE HOSPITALIDAD

Agencia de Viajes Operadores Turísticos

1^{ra} edición, diciembre 2017.

Servicio Nacional de Turismo

Subdirección de Desarrollo (Equipo Revisor)

Distribución gratuita.

Se prohíbe la reproducción total o parcial de los contenidos de la presente publicación sin el consentimiento de SERNATUR

Contacto: calidadturistica@sernatur.cl

Desarrollado por

Hospitality & Service University

www.hsu.cl

Diseño

www.ladupla.cl

Fotografías

Banco de imágenes del Servicio Nacional de Turismo

Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR

Avenida Providencia 1550, Providencia, Santiago - Chile

Teléfonos: (+56 2) 2731 8310 / (+56 2) 2731 8313

www.sernatur.cl



MANUAL DE HOSPITALIDAD

Agencia de Viajes Operadores Turísticos



**CHILE LO
HACEMOS
TODOS**

PRESENTACIÓN

El turismo es uno de los sectores estratégicos de la economía chilena. En 2016 generó el 3,3% del producto interno bruto (PIB) de manera directa y el 10,1% de éste si a lo anterior se suman los aportes indirectos. El turismo es, además, responsable directo del 3,3% de los empleos del país, porcentaje que alcanza el 9,8% si se consideran también los empleos indirectos que genera¹.

Por su parte, las llegadas internacionales a Chile han ido creciendo de manera sostenida en los últimos años. En 2015 hubo 4,5 millones de llegadas, en 2016 la cifra aumentó a 5,6 millones² y se proyecta que en 2017 el número de llegadas internacionales alcance los 6,4 millones³. Las llegadas de 2017 generaron divisas por un monto estimado de US 4.200 millones, a lo que debe agregarse el gasto generado por los turistas nacionales. Así, el aporte del sector turístico al país ha alcanzado aproximadamente los US 9.000 millones.

Sin embargo, aunque el número de turistas extranjeros que visita Chile ha crecido sostenidamente durante los últimos diez años, estos no han aumentado significativamente su gasto promedio. Así, el principal desafío para la próxima década es convertir a Chile en un destino turístico de jerarquía internacional, inteligente y sustentable que logre incrementar los ingresos del país e impacte positivamente en el desarrollo regional y local.

En este contexto, la HOSPITALIDAD se torna clave para un servicio de excelencia y, en el desarrollo de experiencias memorables. Es un principio fundamental que debe estar presente en la industria turística, siendo un componente que permitirá al cliente generar emociones y sensaciones que darán como resultado una experiencia agradable, satisfactoria y recomendable, en gran parte como consecuencia de las buenas prácticas aplicadas por los colaboradores de cada empresa, lo que contribuirá a mejorar la competitividad de cada negocio y finalmente de un destino turístico.

SERNATUR elaboró el presente manual a fin de que los empresarios cuenten con una herramienta práctica para transferir a sus colaboradores. Se trata de un set de tres manuales para anfitriones, dirigidos a los servicios de alojamiento, restaurantes y tour operadores o agencias de viajes.

Necesitamos responder a las exigencias de los turistas que nos prefieren, para eso debemos prepararnos y apostar por la calidad y excelencia en nuestra gestión, porque sólo así estamos contribuyendo a posicionar a Chile como un destino destacado, al que no sólo se le reconozca por su riqueza natural y paisajística, sino también por la calidad de su oferta turística como atributo.

SUBDIRECCIÓN DE DESARROLLO - SERNATUR

¹ World Travel & Tourism Council. (2017). Travel and Tourism Economic Impact Chile 2017.

² Subsecretaría de Turismo – Servicio Nacional de Turismo. (2017). Turismo Receptivo Anual 2016.

³ InvestChile (2017). Dato recuperado de: <https://investchile.gob.cl/es/industrias-clave/turismo/>

CONTENIDOS

Introducción	6
PRINCIPIOS DE HOSPITALIDAD	8
Principios de hospitalidad en la atención al cliente	10
ESTÁNDARES	12
Estándares generales básicos	14
Estándares sobre el trato con el cliente	15
Estándares sobre el trabajo	16
Estándares para la comunicación telefónica	17
BUENAS PRÁCTICAS	20
Buenas prácticas generales	22
Buenas prácticas al recibir turistas	23
Buenas prácticas al momento de atender turistas	24
Buenas prácticas al despedir turistas	26
Buenas prácticas en facturación / pagos / cobranza	27
Buenas prácticas en reservas	28
Buenas prácticas en ventas	30
Buenas prácticas en guía de turismo/conductor guía	32
Buenas prácticas previo al servicio y en la despedida	33
Procesos de contacto por sección	34
Decálogo del anfitrión turístico	35

INTRODUCCIÓN

La curva de llegada de turistas aumenta y la exigencia de contar con personal altamente calificado en materia de turismo es algo que se requiere de forma urgente. Las empresas requieren profesionales y trabajadores preparados según los requerimientos de un turismo cada vez más competitivo, tanto a nivel nacional como internacional.

Estos desafíos representan una oportunidad para los empresarios y emprendedores dispuestos a desarrollar una oferta turística atractiva y de calidad en nuestro país. En este marco, cobra especial relevancia la excelencia en el servicio y en el perfeccionamiento del recurso humano de todas las áreas relacionadas con el sector, y que son parte del encadenamiento que se produce al hacer turismo, desde las labores más conocidas como camarera, garzón o botones, o bien, con las competencias relacionadas con la administración.

Para aportar al fortalecimiento de la calidad y el capital humano del sector turismo, y mejorar la competitividad del sector, SERNATUR pone a disposición de la industria este manual como parte de un set de tres ejemplares distintos, dirigidos cada uno a diferentes tipos de servicios: alojamientos, alimentos y bebidas, agencias de viajes – tour operadores, con el fin de que se identifiquen como anfitriones y apliquen en el día a día las buenas prácticas señaladas en estas páginas.

En este trabajo, se identifica a quien está en contacto con los turistas (anfitrión) como parte fundamental para que la experiencia del visitante sea memorable, y ello radica en que su principal tarea es la hospitalidad -entendida como recibir, ayudar y cuidar al otro como a uno le gustaría que lo hicieran-. Esto atiende a un valor relacional entre personas, de aplicación transversal y también considerada una

competencia y habilidad blanda. Lo que se hace aún más evidente en el caso de servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, transporte y recreación, ya que está asociada al “saber recibir, ayudar y cuidar al otro” en el momento en que se está atendiendo.

Las buenas prácticas de hospitalidad que se presentan en este manual son propuestas sencillas que centran su atención en los momentos de mayor cercanía con el turista, esto es, al recibirlos (el primer contacto); al brindar servicios y al despedirlos. También apuntan a asegurar oportunidades de cortesía y confiabilidad en la entrega del servicio, a través de prácticas que se traducen en clientes satisfechos, que desee regresar a revivir esa experiencia turística y a su vez recomendarla a sus conocidos. Por otro lado, son fáciles de aplicar y le muestran a los prestadores de servicios turísticos un camino y forma positiva sobre cómo relacionarse con los clientes.

A lo largo de este manual, se podrán encontrar con listados de buenas prácticas de acuerdo a los diferentes momentos de atención al cliente. Se recomienda utilizar esta información para generar cartillas resumen, entregarlas al personal y que las manejen en todo momento.

Es importante considerar que las buenas prácticas son dinámicas y deben adecuarse a la capacidad de la empresa, el contexto y los cambios del mercado, por lo cual deben ser revisadas y actualizadas cada cierto tiempo.

De esta manera, las personas de cualquier unidad del establecimiento, que tengan algún tipo de contacto con el turista, ya sea por correo, teléfono, a través de redes sociales o en forma presencial, se convierten en anfitriones de la hospitalidad.





PRINCIPIOS DE HOSPITALIDAD



PRINCIPIOS DE HOSPITALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

- *Hospitalidad con el turista*
- *Hospitalidad en el trabajo*
- *Hospitalidad en las comunicaciones telefónicas*
- *Hospitalidad en la recepción*
- *Hospitalidad en reservas*
- *Hospitalidad en ventas*

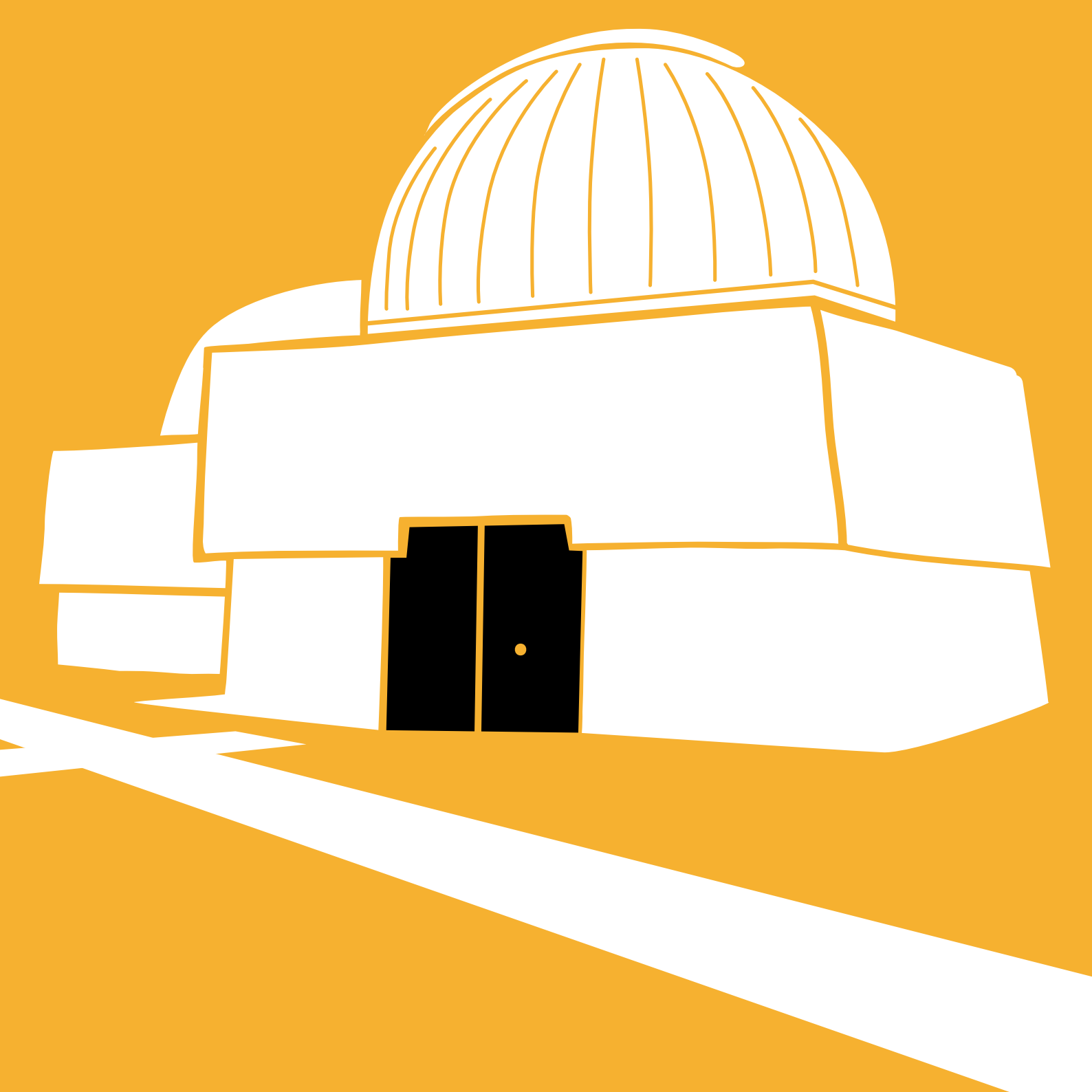




1. Los clientes de Agencias de Viajes y TTOO se encuentran en todo su derecho de exigir productos de calidad y entregados a través de un servicio de alto nivel y consistencia.
2. En las Agencias de Viajes y TTOO, cada colaborador es especial y la relación entre cada uno de ellos debe ser siempre con respeto, cariño y preocupación, sin importar la jerarquía.
3. El trabajo en equipo, la innovación y el continuo perfeccionamiento personal y profesional son las claves del crecimiento y desarrollo de un negocio.
4. Los proveedores son empresas y personas que merecen preocupación, respeto y cariño; y con las cuales se debe mantener una estrecha relación ya que forman parte vital de un negocio.
5. Se debe ir en busca del crecimiento del negocio, pues esto permite oportunidades de expansión, creación de nuevos puestos de trabajo, generación de riqueza y contribución al mejor desarrollo de la comunidad y el país.

ESTÁNDARES





ESTÁNDARES GENERALES BÁSICOS

1. Todos los colaboradores e integrantes de las Agencias de Viajes y TTOO deben estar capacitados antes de poder trabajar sin supervisión directa, y deben dominar los siguientes temas:

- *Historia, productos, servicios y funcionamiento de la empresa*
- *Principios de la Hospitalidad*
- *Estándares generales básicos*
- *Estándares sobre el trato con el cliente*
- *Estándares sobre el trabajo*
- *Estándares sobre la comunicación telefónica*
- *Estándares de presentación para el personal*
- *Técnicas de Hospitalidad en la atención al turista*
- *Buenas Prácticas en atención a las personas*

Parte de estos temas son abarcados en este manual, sin embargo hay otros que deberán ser diseñados e instruidos por los directivos de la empresa.

2. Todos los clientes merecen una atención preferencial, sin distinción de ningún tipo.
3. Siempre se deben cumplir los compromisos acordados con los clientes, proveedores y compañeros de trabajo.
4. Los compromisos que no se puedan llegar a cumplir, aún cuando fueron realizados los esfuerzos y pasos necesarios para ello, deben ser comunicados inmediatamente al afectado. Se deben realizar las disculpas correspondientes e incluso, si es necesario, hacerse cargo de los costos directos ocasionados por el incumplimiento.
5. Se debe procurar transmitir los Estándares a compañeros, clientes y proveedores para que, de esta forma, se ponga en práctica y se difunda la cultura de Hospitalidad y servicio.
6. El servicio debe responder siempre a las especificaciones que se comunican a los clientes.

ESTÁNDARES

SOBRE EL TRATO CON EL CLIENTE

1. Siempre se debe atender al cliente con amabilidad y buen trato, haciendo un esfuerzo deliberado para enfrentar positivamente su estado de humor que puede ser variable cada día.
2. Siempre se debe saludar al cliente, en cualquier área que se encuentre.
3. Siempre se debe ocupar un tono de voz cálido y amable para relacionarse con los clientes y miembros del equipo.
4. Nunca se deben hacer comentarios o críticas negativas sobre la empresa a un cliente.
5. El personal debe hacer un esfuerzo especial por llegar a conocer a los clientes habituales, su nombre y preferencias. De esta forma, será posible personalizar la atención.
6. Cuando no se pueda satisfacer alguna solicitud de un cliente, porque está fuera de política, se le deberá dar una disculpa y explicación clara sobre la situación, utilizando Técnicas de Manejo de Quejas, que deben ser definidas por la propia empresa.
7. Las comunicaciones con los clientes y proveedores, mediante cartas, llamados telefónicos, correos u otros similares, deben ser siempre contestadas de acuerdo a los plazos y modalidad establecidos en los estándares respectivos.

ESTÁNDARES SOBRE EL TRABAJO

1. Todos los colaboradores de las Agencias o TTOO deben procurar enfrentar sus labores con actitud positiva, utilizando el tiempo de trabajo en forma productiva y eficaz, aportando con ideas e iniciativas para mejorar los métodos de trabajo, el ambiente laboral y superar así los aspectos deficientes.
2. En el trabajo, siempre procurar superar las expectativas de clientes, compañeros y superiores.
3. Siempre se debe cooperar con los compañeros de trabajo, especialmente con aquellos que se encuentren en problemas o presenten dificultades.
4. Siempre tratar con cuidado los bienes y activos de clientes y de la empresa, velando por su correcta mantención y uso.
5. Siempre tratar a los compañeros de trabajo con respeto, llamándolos a cada uno por su nombre.
6. Se debe estar motivando constantemente al equipo de colaboradores, comunicándoles de forma clara los logros y avances; por otro lado, apoyar con firmeza al equipo para superar aquellos aspectos que deben ser mejorados.
7. Los jefes y supervisores deben preocuparse en forma especial por mantener a sus colaboradores clara y permanentemente informados sobre situaciones, novedades y noticias que afecten positiva o negativamente a la empresa. Esto mostrará claridad en los propósitos de la administración, reforzará el espíritu de la empresa y ayudará a eliminar la nefasta influencia del rumor.
8. Debe ser especial preocupación de los jefes de área, el establecer un liderazgo facilitador, participativo y motivador hacia sus colaboradores.
9. Se debe utilizar siempre un lenguaje claro y sin ambigüedades para comunicarse efectivamente con todas las personas.

ESTÁNDARES PARA LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA

Llamadas Externas:

1. Todas las llamadas deben ser contestadas no más allá del cuarto ring.
2. Todas las llamadas deben ser contestadas de manera uniforme y cortés:

Saludando

"Buenos Días", "Buenas Tardes "....

Identificando la empresa

"Agencia Buen Viaje Tours"

Identificando a quien responde

"habla Francisca ".

Identificando las necesidades del Cliente

"¿en qué le puedo ayudar?.

Llamadas Internas:

1. Todas las llamadas deben ser contestadas no más allá del cuarto ring.
2. Todas las llamadas deben ser contestadas de manera uniforme y cortés:

Saludando

"Buenos Días ", "Buenas Tardes".

Identificando el Departamento

"Administración"....

Nombre

"Habla Carolina, secretaria de Administración "....

Identificando las necesidades del Cliente

"¿en qué le puedo ayudar?.

Nombre

"Habla Carolina, secretaria de Administración "....

Identificando las necesidades del Cliente

"¿en qué le puedo ayudar?.



OTRAS SITUACIONES

1. Si la llamada es para otra unidad (ejemplo: Contabilidad), además de comunicar al interlocutor, se le debe indicar los anexos o directos correspondientes.
2. Las llamadas para otras unidades o áreas deben ser traspasadas inmediatamente en caso que el anexo y destinatario de la llamada estén disponibles. De lo contrario, debe realizarse lo más rápido posible, siempre indicando el destinatario de la comunicación, Ej: "Un momento por favor, le comunico con María, la secretaria del área de Contabilidad".
3. Las llamadas externas nunca deben quedar esperando "en línea". Si el cliente desea esperar, el operador del teléfono debe verificar cada 20 segundos si la persona desea seguir esperando o si prefiere dejar el mensaje.
4. Todos los mensajes telefónicos que requieran respuesta, deben ser contestados personalmente por el destinatario dentro de un plazo máximo de 24 horas.
5. Si, al estar hablando por teléfono, se presenta un cliente, siempre se debe establecer contacto visual con éste, para indicarle que es consciente de su presencia.
6. Siempre se debe evitar interrumpir una conversación telefónica. Si esto es imprescindible, se debe ofrecer disculpas, Ej: "¿Me disculpa un momento por favor?, lo sigo atendiendo en un instante".
7. Siempre se debe realizar la despedida de los clientes utilizando una frase amable que mencione a la Agencia o TTOO, por Ej: "Gracias por llamar a la Agencia Extreme...".
8. Siempre al terminar una conversación telefónica, se debe colgar el teléfono después que lo haga la persona que llama.





BUENAS PRÁCTICAS



BUENAS PRÁCTICAS GENERALES

Con el fin de lograr un buen nivel de servicio en la Agencia o TT00, es necesario difundir, aplicar y ejercitar de forma sistemática las Buenas Prácticas.

Cuando el servicio está basado en Buenas Prácticas que alcanzan las expectativas del cliente, se logra por un lado entregar un servicio confiable, fluido y constante; y por otro, impulsar a los colaboradores a alcanzar un mejor desempeño de sus funciones. En este sentido, es posible decir que las Buenas Prácticas operan para el beneficio del cliente, del trabajador, del negocio y de la comunidad.



1. Disponga de un programa de entrenamiento/inducción para trabajadores nuevos, que considere:
 - *Industria del turismo*
 - *Rol de la empresa dentro de la industria turística*
 - *Rol del colaborador dentro de la empresa*
2. Todo el personal del establecimiento, antes de trabajar sin supervisión directa, debiera ser entrenado en los siguientes aspectos:
 - *Buenas Prácticas al recibir turistas*
 - *Buenas Prácticas para la atención de público*
 - *Buenas Prácticas para la despedida de clientes*
 - *Principios de hospitalidad*
 - *Estándares generales básicos*
 - *Estándares sobre nuestro trato con el cliente*
 - *Estándares sobre nuestro trabajo*
 - *Estándares sobre comunicación telefónica*
 - *Y por supuesto acerca de la historia, productos, servicios y funcionamiento de la empresa*

BUENAS PRÁCTICAS AL RECIBIR TURISTAS

Los prestadores de servicios que tienen como responsabilidad directa recibir clientes o participan en situaciones de recepción, deben utilizar las siguientes Buenas Prácticas:

1. El cliente tiene siempre la prioridad; se debe cuidar y ayudar, ya que está lejos de casa. En otras palabras, tratarlo como a uno le gustaría que lo traten.
2. Siempre se debe saludar a toda persona que ingrese a las instalaciones, estableciendo contacto visual y sonrisa natural en cuanto entre al área de atención.
3. Utilizar una frase para saludar a la persona, como por ejemplo: "Buenas tardes señor, bienvenido a nuestra Agencia...".
4. Cumpla los plazos de atención acordados. En caso que la persona deba esperar para ser atendida, informe esta situación con una frase amable, tal como: "Señor, ¿puede usted esperar unos minutos?, le atenderemos enseguida".
5. Mantenga un tono de voz cálido y amistoso.
6. Mencione el nombre de su cliente cuando sea posible.
7. Disponer de agua, un trago de bienvenida o fruta para los clientes. Pueden venir cansados del viaje y con sed.
8. Asegúrese que las áreas de atención están a la temperatura adecuada y se ven acogedoras.



BUENAS PRÁCTICAS

AL MOMENTO DE ATENDER TURISTAS

Hay varias Buenas Prácticas que se repiten para diferentes momentos; pero es importante tenerlas en consideración de forma permanente.

Los prestadores de servicio encargados de atender a clientes, deben utilizar las siguientes Buenas Prácticas:



1. El cliente tiene siempre la prioridad; se debe cuidar y ayudar, ya que está lejos de casa. En otras palabras, tratarlo como a uno le gustaría que lo traten.
2. Utilizar una frase para saludar a la persona, como por ejemplo: "Buenas tardes señor, bienvenido a nuestra Agencia...".
3. Atender a los clientes apenas lleguen al área de recepción y de atención, teniendo en cuenta el principio "primero que llega, primero que se atiende".
4. Se debe asegurar que todas las áreas de atención, recepción, espera, comedor, pasillos, oficinas, bodega y estacionamiento estén limpias en todo momento y su equipamiento arreglado de acuerdo a la decoración establecida.
5. Se debe poner toda la atención en el cliente y evitar distraerse.

6. Tomar nota en un formulario dispuesto para ello o en el sistema de gestión. Eso mostrará la cliente que usted está atento a sus requerimientos. Adicionalmente, con este método, se podrá realizar un posterior seguimiento a las consultas realizadas por los clientes, estudiar tendencias y actuar pro activamente.
7. Procurar mantener contacto visual y sonrisa natural cuando se esté hablando con clientes.
8. Hablar con tono de voz cálido y amistoso.
9. Mencionar el nombre del cliente cuando sea posible, durante la conversación.
10. Si durante el proceso de atención se tiene que contestar una llamada telefónica, se deberá presentar excusas con una frase clara y amable, como por ejemplo: "Señor, ¿me permite contestar el teléfono un momento?, lo sigo atendiendo enseguida."
11. Al momento de despedir a un cliente, hacerlo siempre con una frase amable y deseando un buen día.
12. Cuando un cliente se retire de un área de servicio, se le debe preguntar acerca de la calidad del servicio recibido. Si la opinión del cliente no es favorable, se deberá ofrecer alternativas de solución para lograr su satisfacción antes que se retire, y luego tomar acciones para corregir e informar a su superior.
13. Al brindar servicios vía teléfono, asegurarse que las líneas estén operativas, los teléfonos bien colgados y aplicar los Estándares para la comunicación telefónica.

BUENAS PRÁCTICAS AL DESPEDIR TURISTAS

La despedida del turista es uno de los momentos de mayor impacto y la última oportunidad para asegurar su satisfacción y especialmente superar sus expectativas.

Los prestadores de servicio encargados de despedir a clientes, deben utilizar las siguientes Buenas Prácticas:

1. El cliente siempre tiene la prioridad.
2. Acompañar al turista hasta la puerta de salida es una buena señal de servicio.
3. Toda despedida al cliente debe ser cálida e incluir frases como “gracias por venir” o “que tenga un buen día”.
4. Ofrecer llamar un taxi, si fuese necesario.



*Siempre acompañar al
turista hasta la puerta
de salida.*

BUENAS PRÁCTICAS

FACTURACIÓN / PAGOS / COBRANZA

Los prestadores de servicios que atienden las tareas administrativas relacionadas con facturación, pagos y cobranzas, deben tener presente las siguientes Buenas Prácticas:

1. El cliente siempre tiene la prioridad.
2. Durante el proceso de atención, siempre se deben utilizar las Buenas Prácticas de atención al público y despedida de clientes, que fueron mencionadas con anterioridad.
3. Las facturas o boletas se deben entregar de forma inmediata o en el plazo convenido con el cliente.
4. La cobranza de los documentos debe ser realizada en la fecha estipulada en la boleta, factura o contrato de prestación, utilizando el medio establecido y aceptado por el cliente previamente.
5. El pago de los documentos al proveedor debe ser realizado en la fecha estipulada en la factura o contrato de prestación, utilizando el medio establecido y aceptado previamente por la Agencia o TTOO.
6. Todos los documentos asociados a los procesos de pago a proveedores, facturación o cobranzas a clientes, deberán ser acompañados de mensajes tipo, especialmente diseñados para cada proceso y fase del mismo.
7. Siempre se deberá informar al proveedor, cuando su pago esté listo.

Cuide a sus proveedores dando un paso extra: Informar al proveedor cuando su pago esté listo.

BUENAS PRÁCTICAS EN RESERVAS

Los prestadores de servicios que toman reservas de clientes, deben considerar las siguientes Buenas Prácticas:



1. El cliente siempre tiene la prioridad.
2. Todas las personas encargadas de reservas de habitaciones deberán utilizar siempre los uniformes, de acuerdo a los Estándares de presentación del personal.
3. En el caso de reservas presenciales, todos los clientes deben ser saludados, estableciendo contacto visual y sonrisa natural, inmediatamente a su entrada al área de atención. Siempre se debe utilizar una frase acogedora, como por ejemplo: "Buenas tardes señor, bienvenido a la Agencia/TT00 ..."
4. En caso que la persona deba esperar para ser atendida, se le debe informar siempre de esta situación con una frase amable, como por ejemplo: "Señor, ¿puede usted esperar unos minutos?, le atenderemos enseguida".

5. Durante el proceso de atención al público, se debe procurar siempre:
 - *Mantener sonrisa y contacto visual*
 - *Mantener tono de voz cálido y amistoso*
 - *Lamarlo por su nombre cuando sea posible*
6. Las áreas de reservas deben estar limpias en todo momento y su equipamiento arreglado de acuerdo a la decoración establecida.
7. El proceso de atender a un cliente nunca debe ser interrumpido.
8. El proceso de toma de reservas de habitaciones, deberá realizarse siempre de acuerdo a las políticas y procedimientos establecidos.
9. En el caso de toma de reservas vía teléfono, se deberá utilizar los Estándares para comunicación telefónica.
10. Si durante el proceso de atención se tiene que contestar una llamada telefónica, se deberá presentar excusas con una frase clara y amable, como por ejemplo: “Señor, ¿me permite contestar el teléfono un momento?, lo sigo atendiendo enseguida.”
11. El personal de reservas debe utilizar técnicas para el ofrecimiento de productos, adaptando el criterio de acuerdo a los requerimientos de cada cliente.
12. Todas las quejas y reclamos de clientes deben ser manejados de forma inmediata, de acuerdo a la política establecida por la Agencia o TTOO y empleando técnicas de manejo de quejas y solución de problemas. ¡El cliente nunca se debe ir con un reclamo sin resolver!
13. Al momento de despedir al cliente, se debe utilizar siempre una frase amable y deseando un buen día, como por ejemplo: “gracias por venir”, “que tenga un buen día”.

BUENAS PRÁCTICAS EN VENTAS

Función comercialización

Es el estudio y manejo del proceso de compra-venta e incluye los siguientes aspectos:

- *Selección del segmento de mercado al cual se desea apuntar y capturar*
- *Realización de acciones necesarias para llamar la atención y estimular a potenciales clientes, para que prefieran los servicios y productos ofrecidos por la Agencia o TTOO*

La comercialización incluye el proceso de ventas y reservas, las que consisten en hacer un esfuerzo directo para que el potencial cliente compre los productos que se tiene, ya sea a través de contactos personales, teléfono, correo o página web.

En estas acciones, el encargado de la venta interactúa con el cliente, establece una relación de negocio, detecta necesidades, sugiere y recomienda determinados productos o servicios disponibles en la oferta de la Agencia o TTOO, y establece las condiciones en que prestará el servicio.



Todos los prestadores de servicio que atienden requerimientos de los turistas o clientes, deben estar muy bien informados y considerar las siguientes Buenas Prácticas:

1. El cliente siempre tiene la prioridad.
2. Siempre se debe entregar a los clientes toda la información sobre los productos ofrecidos por el establecimiento.
3. Siempre se debe entregar a los clientes toda la información sobre la existencia, características, beneficios y modalidad de prestación de servicios ofrecidos por la Agencia o TTOO.
4. Se debe verificar siempre que los antecedentes de los clientes que cancelan a crédito han sido aprobados por la instancia correspondiente.
5. Siempre se debe agradecer por la compra efectuada, con una frase como: “gracias por preferirnos”. Para compras especiales de clientes-empresa, deben haber señales de agradecimiento por escrito.
6. El personal de venta debe utilizar técnicas para el ofrecimiento de productos, adaptando el criterio de acuerdo a los requerimientos de cada cliente.
7. El personal de venta debe informar siempre al cliente acerca de las últimas novedades en preparaciones y servicios disponibles en la Agencia/TTOO.
8. Si por razones de fuerza mayor, no se puede cumplir con un plazo de entrega en la fecha y lugar acordado, se debe advertir inmediatamente de conocida la situación, pedir disculpas e informar al cliente los pasos de solución al problema.
9. Siempre que se visite a un cliente, ya sea para eventos o convenios con empresas, el vendedor debe asegurarse de lo siguiente:
 - *Llegar al menos 5 minutos antes de la hora acordada a la cita*
 - *Llevar su kit de ventas (tarjetas de visita, cuaderno de notas, lápiz y otros elementos que aseguren una venta profesional)*
 - *Utilizar adecuadamente las técnicas de ventas orientadas al cliente*
 - *Despedirse agradeciendo por la cita y el tiempo invertido por el cliente, con una frase amable, como por ejemplo: “Gracias don Carlos por recibirnos, que tenga un buen día”*

BUENAS PRÁCTICAS

GUÍA DE TURISMO / CONDUCTOR GUÍA



Función del guía turístico o conductor-guía

En las Agencias y TTOO hay colaboradores encargados de grupos o clientes individuales, desde o hacia el punto de llegada o partida, que deben acompañarlos durante todo el trayecto.

Están encargados de asistir en todo tipo de trámites relacionados con el servicio (aduanas, recogida de equipaje, registro de hoteles, etc), aplicar las medidas de seguridad e higiene correspondientes y proporcionar toda la información y asistencia necesaria para que los clientes se sientan satisfechos y seguros.

Además deben liderar y acompañar, brindar ayuda, cuidado, informar y animar a los turistas. También deben ser el enlace entre los turistas y otros prestadores de servicios.

BUENAS PRÁCTICAS PREVIOS AL SERVICIO Y EN LA DESPEDIDA

Una buena práctica es estar bien preparado

Los “preparativos previos al servicio” son todas aquellas acciones que se realizan para asegurar una buena acogida a los clientes.

Se debe tomar en consideración e incluir los siguientes aspectos:

- *Lugar y hora del encuentro*
- *Identificación del grupo y lista de participantes del servicio turístico*
- *Documentación necesaria y qué se debe llevar para el viaje*
- *Medios de transporte*
- *Control del buen estado y condiciones de seguridad del medio de transporte*
- *Verificación de las condiciones ambientales (aseo, olores, temperatura de la cabina y otros, estado y funcionamiento de asientos, equipos de audio y video si los hubiera)*

La “despedida” corresponde a todas las acciones que se realizan entre la finalización del servicio y el momento en que el cliente se retira o aleja del guía turístico o conductor-guía.

Estas acciones incluyen solicitar una evaluación respecto del servicio recibido a través de una breve encuesta de satisfacción, y posteriormente despedirse del cliente utilizando los estándares definidos por la empresa.



Procesos de contacto por sección

Para estudiar y aplicar los Estándares de Servicio, se entregan ordenados según Procesos de Contacto y secciones de atención a Clientes internos y externos.

ÁREA

PROCESOS DE CONTACTO CON CLIENTES Y PROVEEDORES

Unidades administrativas

Recepción de público
Atención de público
Despedida de clientes
Facturación, pagos y cobranzas
Recepción de pagos

Area Comercial

Recepción de público
Atención de público
Despedida de clientes
Ventas y reservas

Guía turístico y Conductor-guía

Recepción de público
Atención de público
Despedida de clientes

DECÁLOGO DEL ANFITRIÓN TURÍSTICO

1. Conozca y valore los atractivos turísticos de su región.
2. Enseñe a sus hijos a respetar y amar su entorno.
3. Atienda cordialmente al turista procurando siempre sonreír.
4. Cobre siempre el precio justo por el servicio o producto ofrecido.
5. Cuide el aseo de su ciudad, del entorno natural, de las rutas y del patrimonio.
6. Transmita las costumbres y tradiciones hacia las nuevas generaciones.
7. Sea puntual y correcto con los compromisos adquiridos con turistas.
8. Recuerde que la honestidad y calidad en el servicio son atributos altamente valorados por los visitantes.
9. Infórmese para informar, sea franco y respetuoso en las respuestas que otorgue a quienes nos visitan.
10. Procure que la promoción de sus productos o servicios sea consecuente con lo ofertado.





SERNATUR
Ministerio de
Economía, Fomento y
Turismo

Gobierno de Chile

**CHILE LO
HACEMOS
TODOS**